

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data hasil penelitian yang telah dilakukan dan diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian pada mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi FE UNJ. Semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan perusahaan, maka semakin tinggi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, begitu pula sebaliknya semakin rendah kualitas produk yang ditawarkan perusahaan, maka semakin rendah pula keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Keputusan pembelian pada mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi FE UNJ ditentukan oleh kualitas produk sebesar 34,75% dan sisanya sebesar 65,25% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, seperti harga produk, citra merek, pelayanan purna jual, iklan, kemasan produk dan promosi penjualan.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian pada mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi FE UNJ. Hal ini membuktikan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menentukan keputusan pembelian.

Pada variabel keputusan pembelian, indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator rangsangan eksternal, yaitu sebesar 18,5%, selanjutnya indikator rangsangan internal sebesar 17,9%, indikator perbandingan produk dengan komputer PC sebesar 17,8%, indikator keaktifan mencari informasi sebesar 16,3%, indikator perbandingan produk dengan merek lain yang sejenis sebesar 15,6% dan skor terendah adalah indikator rekomendasi 13,9%. Sedangkan pada kualitas produk indikator yang memiliki skor tertinggi adalah indikator kinerja (*performance*) sebesar 20,6%, selanjutnya indikator kemampuan pelayanan (*serviceability*), yaitu sebesar 20,5%, indikator daya tahan (*durability*) sebesar 20,4%, indikator fitur produk (*features*) 19,5% dan indikator estetika (*aesthetis*) sebesar 19%.

Implikasi dari penelitian ini adalah perusahaan penghasil laptop Acer harus mampu memberikan kualitas produk yang baik, agar dapat merangsang timbulnya keputusan pembelian konsumen, karena semakin baik kualitas yang ditawarkan terutama dari sisi indikator kinerja produk, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa kinerja (*performance*) dari suatu produk adalah faktor yang paling dominan ketika konsumen melakukan pembelian apabila dilihat dari segi kualitas produk, maka untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian sebaiknya perusahaan mempertahankan kinerja (*performance*) dari produk yang dihasilkan. Kemudian estetika (*aesthetis*) dari suatu produk juga mendukung keputusan pembelian yang dilakukan konsumen, hal ini dapat diwujudkan oleh perusahaan dengan

menghasilkan produk yang memiliki nilai estetika yang tinggi, seperti menghasilkan produk dengan desain yang menarik dan variasi warna yang banyak. Sehingga konsumen akan melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang dikemukakan di atas, saran-saran yang kiranya dapat diberikan oleh peneliti dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian adalah:

1. Perusahaan dalam hal ini pihak Acer harus dapat mengembangkan produknya sesuai dengan perkembangan teknologi yang ada, karena perkembangan teknologi merupakan salah satu faktor eksternal yang dapat merangsang konsumen ketika melakukan pembelian barang elektronik seperti laptop.
2. Pihak Acer terus meningkatkan dan mengembangkan kualitas produk dari Laptop yang dihasilkan mulai dari kinerja produk, fitur yang ditawarkan, daya tahan produk, kemampuan pelayanan yang diberikan serta desain dan variasi warna yang ditawarkan agar konsumen tertarik untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk laptop Acer.